

MARKETING D'ACQUISTO

1. Definizione di Marketing di Acquisto

- a) Cos'è il marketing di acquisto (MDA)
- b) Come il MDA si integra nel processo di acquisto
- c) Fasi del MDA

2. Analisi dei fabbisogni

- a) Early involvement, sviluppo nuovi prodotti e progettazione nuovi servizi
- b) Analisi delle specifiche e dei capitolati tecnici
- c) I gruppi merceologici
- d) Analisi della spesa
- e) Matrice di Kraljic
- f) Valutazione criticità beni/servizi

3. Strategie del Marketing di Acquisto

- a) Ricerca di alternative di fornitura
- b) Sviluppo fornitori critici/strategici
- c) Ricerca di nuovi fornitori

ESERCITAZIONE

Per i due gruppi merceologici selezionati i partecipanti analizzano lo status della documentazione tecnica di supporto, il posizionamento nella matrice di Kraljic, ne valutano la criticità/rilevanza e verificano l'opportunità di alternative di fornitura

DURATA

1 giornata

EDIZIONI

- on line 22 aprile 2020 - corso on line
- on line 07 aprile 2021
- on line 22 aprile 2022
- on line 10 ottobre 2022
- On-Line e/o Milano (Via Imperia 2) 13 Marzo 2023
- on line 25 Ottobre2023
- on line 21 Febbraio 2024 pomeriggio
- on line 25 Novembre 2024
- On-Line e/o Milano (Via Imperia 2) 27 Gennaio 2025
- Milano 18 Giugno 2025